Cómo utilizar FACEBOOK para conseguir CLIENTES



Una guía práctica para saber cómo aumentar tu presencia y tus ventas en Internet gracias al poder de Facebook





Índice



Introducción

La red social Facebook se ha convertido en una plataforma ideal para el lanzamiento y promoción de negocios. Atrás quedaron los días en los que esta y otras redes sociales eran utilizadas únicamente por adolescentes para estar al tanto de la vida de sus amigos o para jugar sus juegos en línea favoritos.

Las redes sociales en general y Facebook en particular, han llegado a convertirse en fuentes de información y actualización para muchas personas. Los grupos y las páginas se han convertido en punto de encuentro de entusiastas de todos los temas inimaginables.

Los usuarios se unen a diario a todo tipo de grupos o páginas enfocadas en alguna información que les interese:

- Hobbies
- Fútbol
- Política
- Dietas
- Salud
- Ganar dinero
- Etc.

Existe una de estas pequeñas comunidades en Facebook por casi cualquier tema que te puedas imaginar.



¿Qué significa esto? Que existen personas que están **altamente interesadas** en temas específicos y que, además de todo, van a buscar la información sobre ese tema, ¡sin que nadie los tenga que salir a buscar!

Estos son, sin lugar a dudas, los visitantes **mejor segmentados y más interesados** en lo que puedas ofrecer tus servicios y/o productos. Están listos para consumir la información de su interés. Además, por la naturaleza social de Facebook, pueden encontrar formas de compartir todo lo que quieran con sus contactos con un solo click.

¿Puedes ver la gran oportunidad aquí?

Si no puedes verla, permíteme explicarla. Las personas que puedan acceder a tu información en Facebook tendrán la facilidad de hacerlo por sí mismos y ayudar a promover tu mensaje con sus contactos de manera muy fácil. Esta es la mejor oportunidad de marketing viral que ha existido en la historia.



No es de extrañar entonces que haya tantas empresas y personas ganando mucho dinero gracias a sus esfuerzos publicitarios en Facebook.

¿Por Dónde Empezar?

Lo más difícil de todo es comenzar. Sobretodo cuando no se sabe con certeza la mejor forma para hacerlo. Por eso, lo primero que te aconsejo es que conozcas las dos principales formas para tener presencia en Facebook: el perfil y la página.



Cuando hablamos de perfil nos referimos a ese espacio personal que casi todo el mundo tiene en Facebook. Cuando hablamos de página nos referimos a espacios creados con el fin de promover una idea, empresa u organización.

Los perfiles, por ser personales, suelen tener demasiada información que debes considerar como privada, la cual debe ser accesible solo a tus amigos de confianza.

Perfil personal

VS

Página de empresa



A propósito de amigos, es preciso hacer notar que con un perfil estás limitado a solo 5000 amigos como máximo los cuales deberás aceptar manualmente, uno por uno. Esto puede ser una tarea muy tediosa si eres muy popular y tienes demasiadas solicitudes de amistad.

Estos dos aspectos (información privada y límite de amigos) hacen que los perfiles de Facebook, aunque te sirvan mucho para mantenerte en contacto con tu familia y amigos, no sean los ideales para los negocios. Es por eso que Facebook nos da la oportunidad de crear una página con fines comerciales, sin límite de amigos (Fans) y sin necesidad de aceptarlos uno por uno.
Algunas de las ventajas que tienen las páginas por sobre los perfiles son:

1. Las páginas pueden ser vistas por todo el mundo en Facebook. Son de fácil acceso al público incluso cuando no han abierto su cuenta. Los perfiles solo están disponibles para las personas que tengan acceso a ellos. Una gran ventaja aquí es que las páginas puedan indexarse en Google mientras que los perfiles no siempre pueden lograr tal cosa.

2. Como ya había mencionado antes, las páginas te permiten tener un número ilimitado de fans. Los perfiles solo te permiten tener 5000 amigos.

3. Todos pueden unirse a tu página con un solo click, y no tendrás que confirmarlos. Esto te ahorrará mucho tiempo cuando tu empresa o causa se vuelva popular en Facebook.

4. Puedes enviarle actualizaciones de contenido a todos tus fans al mismo tiempo. Todos recibirán las notificaciones y podrán acceder a tu contenido y actualizaciones en sus muros.

5. Las páginas te ofrecen estadísticas avanzadas que te permiten conocer muy a fondo sobre el comportamiento de tus fans. Más adelante se ahondará en este aspecto.



Como has podido notar, las páginas son la herramienta ideal para promover tu negocio o empresa dentro de Facebook. Te permiten acumular una base de seguidores altamente interesados en lo que puedes ofrecerles.

Además, por su naturaleza viral, pueden crecer exponencialmente en poco tiempo, con poco esfuerzo y con poca inversión (muchas veces sin ninguna inversión económica). **¡Efectividad en su máxima expresión!**

Por último, una página en Facebook ayudará que tu marca sea de más fácil recordación y a que se le de más importancia, ya que será considerada como una fuente de información confiable en su nicho de mercado, sobretodo cuando empieza a acumular un número significativo de fans.

¿Ya tienes claro que necesitas una página en Facebook para promover tu negocio? ¿A lo mejor ya tienes una página? Ahora ha llegado el momento de concentrarte en el segundo aspecto necesario para incrementar tu presencia en esta red social: Conseguir muchos fans para tu página.



Cómo promover tu Página y atraer muchos Fans

Existen varios métodos para atraer fans a una página de Facebook. Sin embargo en esta parte nos vamos a enfocar en los métodos gratuitos que puedes implementar para que muchas personas conozcan la página de tu empresa o negocio en esta red social.

La principal ventaja de los métodos gratuitos es, por supuesto, que no cuestan nada de dinero implementarlos. Pero te vas a encontrar con que existen más ventajas que hacen que tus esfuerzos valgan la pena y sean muy productivos. Entre estas otras ventajas la que mas se puede destacar es la posibilidad de generar un fenómeno viral que se promocione a si mismo en piloto automático.

Vamos a enfocarnos en dos métodos gratuitos principalmente:

1. Lo primero que debes hacer para atraer fans a tu página es invitar a tus amigos a que se hagan fans. Así de sencillo es empezar a construir una presencia exitosa en Facebook. Empieza por publicar un enlace hacia tu página en el muro de tu perfil personal. Si tienes suficientes amigos podrías dejar pasar un par de días para darte cuenta cuantos amigos se hicieron fans de la página, solo para ver que tan efectivo puede ser el método.



2 Luego de dos días les envías una invitación a tus amigos a través del enlace que aparece en la página y que sugiere "Invitar a tus amigos". Este es el método gratuito más efectivo ya que aquí nos valemos del factor de confianza que le genera a tus amigos que la página sea tuya o que tú seas fan de ella.

No es necesario que esperes dos días para enviarles las invitaciones a tus amigos. Solo es un consejo que te podría servir para medir la efectividad de los métodos.

No olvides pedirles expresamente a tus contactos que se hagan fans y que inviten a sus contactos a hacerse fans también.

3 Como tercer paso te recomiendo promover tu página de Facebook en tu sitio web o blog. Esto lo puedes hacer de dos formas:

- Invitando a tus lectores o suscriptores a hacerse fans
- Poniendo un badge de Facebook en tu sitio (un badge es una insignia que muestra a los fans que tiene tu página y que puedes crear desde Facebook)





Lo ideal es que pongas en práctica todos estos tips. Entre más implementes, mayores serán tus oportunidades de conseguir muchos fans. No te olvides de pedirles a tus amigos, clientes y visitantes de tu sitio que se hagan fans de tu página. Ser tímido no ayuda en nada así que sal a pedir ese ansiado "Me Gusta".

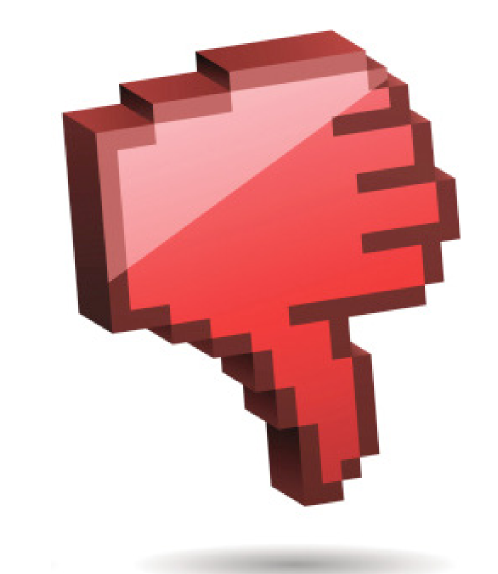
Ahora que ya has empezado a promover tu página de Facebook necesitas interactuar con tus fans. ¿Qué mensajes les debes enviar? ¿Cada cuánto debes actualizar tu estado? Esas y otras preguntas relevantes serán contestadas en la siguiente sección.

Interactúa con tus Fans

La interacción con tus fans es lo que los podrá convertir a tus visitantes en clientes. Por eso es importante que mantengas una agenda a seguir para actualizar tu estado y responder preguntas y comentarios de tus fans. En este aspecto no puedes improvisar, ya que podrías perder muchos clientes potenciales.

Se útil y relevante

Lo primero que debes tener en cuenta es que todas las actualizaciones de estado sean relevantes a lo que tus clientes quieren y esperan de ti. Por ejemplo, si vendes productos naturales para dieta tus fans no esperan que les envíes mensajes sobre partes para autos. Eso podría verse muy extraño y generaría que muchos de tus fans se eliminen de tu página.



Por otra parte, tus fans esperan que les envíes mucha información útil y de su interés, **no solo ofertas y promociones**. Si solo te dedicas a tratar de venderles lograrás dos cosas: no venderás nada y disminuirás tu número de fans.

Consejos, tips e información gratuita y de calidad debe ser lo primero que debes ofrecer para que tus visitantes empiecen a verte como una verdadera autoridad en tu nicho de mercado.

Publica enlaces y fuentes de interés



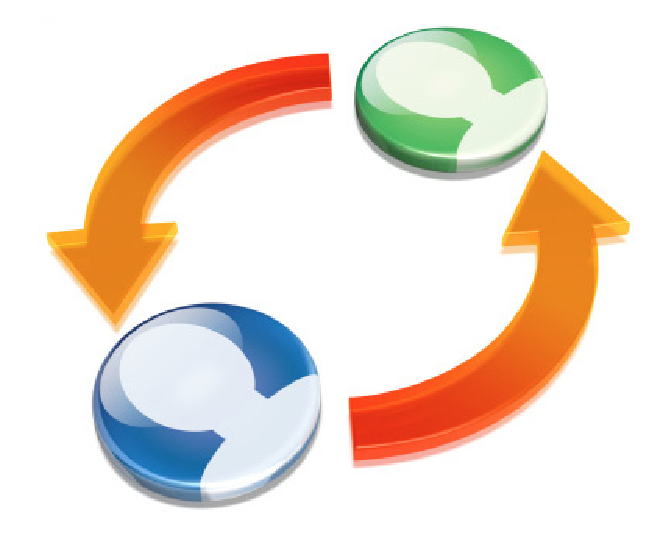
¿Viste un artículo interesante en la web de la BBC o del diario El Mundo y que podría interesarle a tus fans? Publícalo en tu página para que tus seguidores lo puedan ver. Ellos sentirán que estás interesado en darles lo mejor y te lo sabrán agradecer. Se trata de proveer valor agregado (en este caso información fiable y gratuita), no solo vender y vender.

Ten en cuenta dos cosas antes de publicar enlaces en tu página:

1. Que los enlaces mantengan la regla de la relevancia y la utilidad de la que ya hablamos.
2. Que nunca estés, directa o indirectamente, promoviendo los productos o servicios de la competencia.



Publica las actualizaciones de tu Sitio Web



Cada vez que publiques un artículo en tu sitio o blog publícalo en tu página de Facebook. Muchos lo verán y lo compartirán, aumentando la popularidad de tu sitio. Esto se puede traducir en más fans y clientes potenciales.

Nunca desestimes el poder viral de Facebook, y su capacidad de promover tu negocio exponencialmente y sin mucha intervención de tu parte.

Promueve tus productos, servicios y ofertas

Crecer tu negocio o empresa es el objetivo final de todo esto. Por eso también es importante que le des a conocer tus servicios y productos a tus fans. Muchos empresarios temen verse como vendedores desaforados, por lo que se abstienen de promover directamente sus negocios.



Ten en cuenta que si lo haces de la forma correcta los resultados serán positivos sobretodo teniendo en cuenta que tus fans querrán enterarse de cada promoción u oferta que les tengas.

Solo recuerda que vender es una parte del sistema, pero no todo. Primero gánate su confianza siendo útil y relevante.

Responde las preguntas o comentarios de tus Fans

Una vez empieces a publicar contenido relevante en tu página verás como las personas se sentirán animadas a comentar y hacer preguntas de inmediato. Es importante que respondas las primeras preguntas que aparezcan para que el fan sienta que no está solo y que en realidad te importa.

No es necesario que contestes a todas y cada una de las preguntas que aparezcan ya que tendrías que emplear todo tu tiempo en ello, una vez tengas muchos fans. Lo importante es que estés atento a las primeras preguntas y comentarios que aparezcan para que los respondas de acuerdo con el comentario.

Para ilustrar la situación, podrías hacerlo de esta forma:

- Agradece si es un comentario positivo
- Aclara, si es un comentario negativo
- Responde acertadamente si es una pregunta.

Lograrás generar un impacto positivo sobretodo a quienes visitan por primera vez tu página.



Establece una rutina de actualización de tu Página

Ahora que entiendes que tipo de contenido debes publicar en tu página de Facebook es también importante que establezcas una agenda de publicación, de tal forma que nunca estés en el dilema sobre **qué y cuándo publicar**.

La agenda u horario que elijas para publicar en tu página puede depender de muchos factores como el nicho de mercado, el nivel social o económico de tus fans, o el país o región donde esté tu público objetivo.

Si tus fans son empresarios seguramente será mejor actualizar tu página en las noches cuando no estén trabajando. Si son estudiantes podrías actualizar en las tardes que es cuando más socializan.

Estas son solo ideas. No representan una camisa de fuerza, y puedes jugar con esto hasta que encuentres lo que mejor funcione para ti.

La siguiente tabla es una sugerencia de cómo podrías agendar tus publicaciones en tu página de Facebook. Te hará la vida más fácil a la hora de decidir que y cuando publicar.



Día de la Semana	Mensaje
Lunes	El primer día de la semana debes enviarle algún comentario positivo y motivacional, pero siempre provee contenido relevante. Envíales enlaces a un artículo sobre tu nicho que hayas visto en las noticias o en sitios web reconocidos.
Martes	Publica enlaces a tu sitio web, preferiblemente de los artículos más recientes. Recuérdales que se suscriban a tu lista para que puedan recibir tus actualizaciones en su email.
Miércoles	Envíales más contenido de tu sitio web preferiblemente. También ofréceles tu producto o servicio. Ganar clientes es, al fin y al cabo, el objetivo principal.
Jueves	Envía de nuevo publicidad de tus productos o servicios. Explica por qué deberían contratar o comprar lo que tú ofreces (por qué de ti y no de la competencia).
Viernes	El viernes es un gran día para las promociones y los concursos. Son una gran forma de mostrarles a tus clientes que te importan. Los concursos le abonarán ese importante aspecto que es la interactividad.
Fines de Semana	Sigue enviando contenido relevante, así como tus promociones. Se consistente en hacerte ver como una autoridad en el tema que, además de enseñarles muchas cosas, puede hacerlas por ellos, para facilitarles la vida.

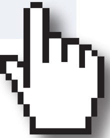


Recuerda interactuar con tus fans respondiendo sus preguntas e inquietudes. Esto lo debes hacer todos los días. No es necesario que le dediques mucho tiempo a esa labor. Se trata solo de responder los primeros comentarios para dar una buena impresión.

Antes de que pienses que todo esto es demasiado trabajo, déjame decirte las buenas noticias: existen formas de automatizar la publicación de contenidos en tu página de Facebook. Esto se logra a través de herramientas web 2.0 como Hootsuite o Ping.fm, entre otras.

Si quieres saber más sobre los beneficios de tener una página en Facebook puedes solicitar nuestra asesoría gratuita, para más detalles visita:

http://perucreativo.com/publicidad_facebook.html





Generando prospectos en Facebook: De Fans a Clientes



Hasta ahora hemos visto como funcionan las páginas de Facebook, como puedes atraer fans hacia ellas y como puedes interactuar con ellos. Una vez hayas logrado esa interacción estarás un paso delante de muchos otros empresarios que intentan crecer sus negocios con la ayuda de las redes sociales. La mayoría no sabe como hacer esto que estás aprendiendo aquí.

Ahora, para ir un paso aún más adelante, vamos a enfocarnos en algunos aspectos claves para convertir tus fans en clientes que **inviertan en tus productos y servicios.**

Empezaremos por asumir que tienes una forma de obtener los datos de tus visitantes. Un boletín electrónico, te permitirá hacer tal cosa. Solo debes hacer llegar a tus visitantes hasta un formulario de suscripción donde te brindaran sus nombres y correos electrónicos por un **reporte gratuito**, un **descuento para adquirir tus servicios** o cualquier otro tipo de **incentivo** que estés dispuesto a darles.

Entre el contenido que publicas en tu página debe haber una invitación clara a unirse a tu boletín para poder obtener el beneficio gratuito que les estás ofreciendo. Además, tu página de Facebook debe tener **una pestaña con tu**

formulario de captura, la cual debes utilizar como página de aterrizaje. De esta forma, cada vez que alguien haga click en esta pestaña será llevado a esta página en donde les podrás pedir su nombre y correo electrónico.

Este primer paso (convertir fans y visitantes en suscriptores) es el comienzo de una relación con tus potenciales clientes que te podría generar muchos beneficios económicos por tanto tiempo como lo desees.

PERUCREATIVO.COM
BOLETIN ELECTRONICO - NEGOCIOS EN INTERNET

WWW
PeruCreativo.com

Suscribete al Boletin y recibe información sobre:
Diseño Web
Email Marketing
Publicidad en Internet
Posicionamiento Web
Redes Sociales
Blogs
Webs 2.0
Landing Page
Negocios en Internet

Suscríbase **GRATIS** a nuestro boletín electrónico y recibirá mensualmente en su email artículos y consejos que le ayudarán en el aprendizaje de los **negocios en Internet**, **email marketing**, **publicidad en Internet** y la manera en **cómo aprovechar Internet para atraer nuevos clientes a su negocio.**

Además como miembro exclusivo de nuestro boletín recibirá promociones y descuentos de nuestros servicios.

Primer nombre

Email

*Por favor solo ingrese su(s) nombre(s) sin apellidos omitiendo acentos

Registrarme!

IMPORTANTE: Respetamos tu privacidad, la información ingresada **nunca** sera vendida o alquilada a terceras personas, además siempre tendras la oportunidad de dejar de recibir nuestros mensajes



Llevando la interacción a otro nivel

¿Recuerdas cuando te dije que interactuaras con tus fans? Ahora es momento de llevar esa interacción un nivel más arriba con el principal propósito de convertir tus fans en clientes. Para lograr este objetivo nos vamos a valer de las **encuestas.**

Las encuestas son una gran forma de generar interactividad con tus fans y clientes, al mismo tiempo que indagas sobre sus preferencias e impresiones sobre tu empresa, tus productos y tus servicios.

Hay ciertos aspectos técnicos que entran en juego en esta parte pero son sumamente sencillos. Solo debes empezar por usar una aplicación sencilla para crear encuestas en Facebook. Es gratuita y bastante intuitiva. Puedes acceder a ella en:

http://apps.facebook.com/mis-encuestas/welcome



Los beneficios de crear una encuesta van mucho más allá de la interacción con



tus fans. Se trata de demostrarles que su opinión te importa y que estás dispuesto a satisfacerlos y a ofrecerles lo que a ellos podría interesarles.

Estas encuestas deben ser muy sencillas ya que lo que queremos es que mucha gente participe en ellas. Si haces muchas preguntas, o si estas no son claras, lograrás que tus fans no se sientan muy interesados en responderlas.

Algunas de las cosas que podrías preguntarle a tus prospectos son:

- ¿Qué tal les ha parecido tus productos o servicios?
- ¿Qué otros servicios o productos les gustaría que les ofrecieras?
- ¿Volverían a contratarte o comprar de nuevo?
- ¿Cómo califican tu servicio al cliente?
- ¿Por qué no han comprado aún? (si no son clientes)

Como puedes ver, la información que puedes obtener de tus fans y de tus clientes es invaluable. Te permitirá saber cuales son los puntos fuertes de tu negocio o empresa, así como que otros servicios o productos ellos esperan que tú les ofrezcas.

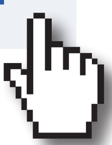
Ahora solo es cuestión de que tomes cartas en el asunto y empieces a **complacer esos fans para convertirlos en clientes, y a los clientes para fidelizarlos**.

Fidelizar clientes es, básicamente, convertirlos en clientes recurrentes. Esto lo logras gracias a que ellos ya están suscritos a tu lista y/o tu página de Facebook. Háblales, pregúntales, **dales trato prioritario**. A estos clientes son a los que primeros debes ofrecerles tus descuentos y promociones. Encuéstalos, ofréceles lo que ellos quieren, fidelízalos, y... ¡cuenta el dinero de las ganancias!

Todo este proceso de captar a los clientes y crear una estrategia para tu negocio en Facebook, puedes dejarlo en manos de verdaderos expertos en el tema.

Visita ahora este enlace para que veas lo que podemos hacer por tu negocio:

http://perucreativo.com/publicidad_facebook.html





Facebook y la publicidad de paga: Tus clientes a un click de distancia



En este nuevo apartado veremos como en Facebook se pueden generar muchísimos suscriptores y clientes gracias a la publicidad de paga. Esto lo podemos lograr gracias a que Facebook cuenta con su propio sistema publicitario llamado **Facebook Ads**, el cual funciona bajo dos modalidades:

- El Pago por Click (PPC)
- Y el Pago por impresiones (CPM)

Con el primer sistema el anunciante paga cada vez que un visitante haga click en uno de tus anuncios. El costo del click dependerá del tipo de palabra sobre la cual estás publicitando, la optimización que le des a tu sitio web o el sitio hacia donde dirijas a quienes hagan click en tus anuncios.

Por ejemplo, si quieres que tu publicidad aparezca en el perfil de personas interesadas en viajes de seguro te costará más que si quieres mostrar tu publicidad a personas interesadas en jardinería. Esto se da simplemente porque el nicho de mercado es más competitivo.



Anuncio Prueba 1



Ejemplo de texto para el anuncio. ¡Hazte fan!

Me gusta · A 525 personas les gusta esto.

Anuncio Prueba 2



Ejemplo de texto para el anuncio. ¡Hazte fan!

Me gusta · A 525 personas les gusta esto.

Por otra parte, si tu anuncio dirige a los visitantes hacia un sitio web externo el click suele costar más que si los diriges hacia un perfil o página de Facebook. ¿Razón? Facebook no quiere que sus visitantes se vayan a otro lado.

En el caso del pago por impresiones (CPM) el vendedor paga un costo aproximado y equivalente por cada mil impresiones (veces que sea mostrado) que tenga su anuncio.



PPC versus CPM: ¿Qué sistema debo usar?

Este tema podría generar cierta discusión de nunca acabar, por eso lo trataremos desde un punto de vista muy práctico.

Para tomar esta decisión debes pensar en todos los aspectos que entran en juego a la hora de establecer el precio de la publicidad. Entre estos aspectos podríamos nombrar el nicho de mercado, las palabras clave que estás intentando promocionar y las características del grupo de personas al que diriges tu campaña (edad, sexo, intereses, nivel económico).

Entre más competitivo sea tu nicho más costosa será la publicidad, sobretodo en el sistema de Pago Por Click. En casos donde la competencia sea alta y feroz podría ser muy conveniente usar el sistema de pago por impresiones, ya que no pagarías cada vez que alguien haga click en tus anuncios.

Este tema puede parecer un poco confuso, y en realidad lo es. La publicidad en Facebook emplea sistemas avanzados de establecimiento de precios y rastreo de resultados, desarrollados por verdaderos expertos en el tema. Por eso, la decisión más sana para tu negocio es la de dejar este tipo de procesos en manos de expertos con experiencia comprobada.

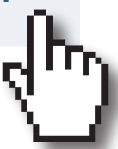


Nosotros en **www.perucreativo.com** contamos con las herramientas técnicas y humanas necesarias para poder tomar este tipo de decisiones por ti, y para desarrollar una campaña publicitaria exitosa en Facebook.



Recuerda que ofrecemos servicios orientados específicamente a todo lo que tiene que ver con publicidad en esta poderosa red social. Para saber más ve a:

http://perucreativo.com/publicidad_facebook.html



¿Está funcionando mi estrategia?: Como medir los resultados de mis Campañas Publicitarias

En este momento cuentas con el conocimiento necesario para empezar a establecer tu presencia en Facebook. Con lo que sabes hasta aquí puedes dar pasos agigantados hacia una campaña publicitaria exitosa. Ahora solo falta que tomes acción. Entre más rápido empieces más pronto verás lo resultados. Quizás ya estés empezando con tu página de fans o con publicidad de pago.

En este punto debes tener unas preguntas más en mente: ¿Cómo puedo evaluar mis resultados? ¿Está saliendo todo como lo esperaba? ¿Qué debo cambiar o mejorar para que la campaña sea exitosa?

Estas preguntas encontrarán sus respuestas en este último apartado, en donde te daremos a conocer las mejores formas de evaluar el éxito de una campaña de publicidad en Facebook. Estamos hablando de:

- Google Analytics
- Las estadísticas de tu boletín
- Facebook Insights

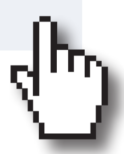


Google Analytics



Como casi todo lo que hace Google, Analytics es un servicio gratuito y de calidad que te permite ver estadísticas de las visitas y conversiones de tu sitio web. Simplemente crea una cuenta gratuita en la dirección:

http://www.google.com/analytics/



Luego debes seguir las instrucciones que te dan sobre como activar el código de rastreo en tu sitio web y esperar 24 horas para que Google pueda rastrear tus estadísticas.

Lo que lograrás con Google Analytics es ver de donde proviene el tráfico que llega a tu sitio web, las palabras clave que usan para encontrarte (cuando vienen desde un buscador) y el sitio web exacto desde donde tus visitantes te encontraron (algo conocido como sitio web de referencia).

Una vez esté instalado y funcionando Analytics en tu sitio debes buscar los datos de sitios web de referencia y ver cuantas visitas han llegado desde tu página de Facebook.
Es un proceso bastante sencillo y te tomará solo unos minutos practicarlo.

Cabe anotar que es posible también agregar el código de seguimiento directamente en tu página de Facebook, lo cual es un proceso un poco complicado e innecesario ya que Facebook tiene su propio servicio de estadísticas, lo cual veremos en un momento.



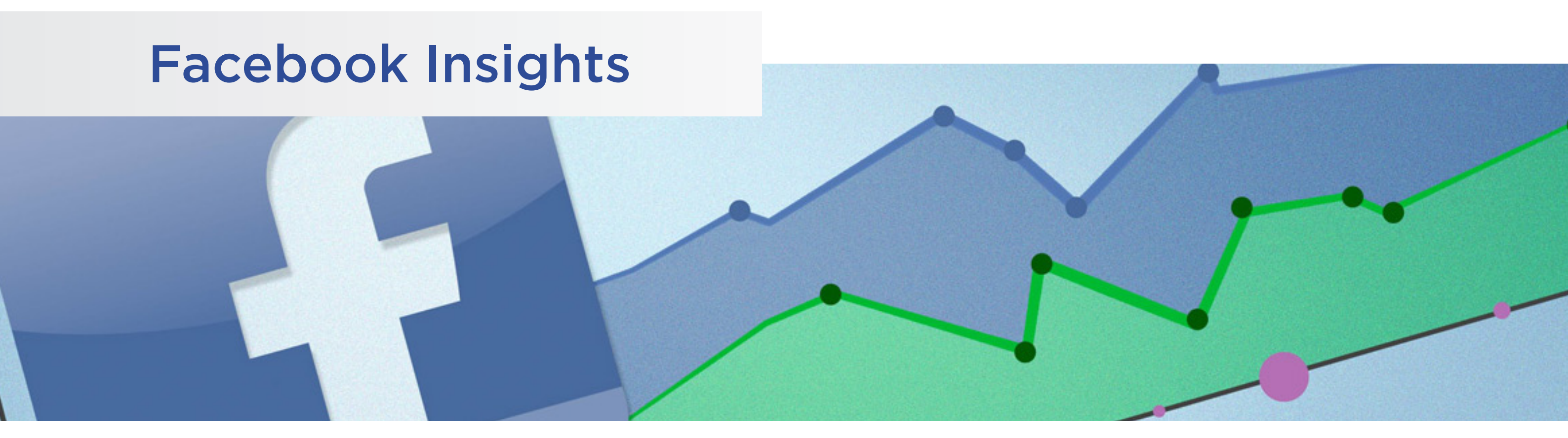
Estadísticas de tu Boletín electrónico



Esta es otra forma precisa de saber si tu campaña publicitaria en Facebook está funcionando o no, basándonos en la cantidad o porcentaje de suscriptores que generas desde Facebook.

Todo servicio de Boletin profesional te ofrece la posibilidad de personalizar tus formularios de suscripción dándoles un nombre. Si, por ejemplo, decidiste nombrar al tuyo como "Facebook_1" podrás ver con exactitud cuantos suscriptores has ganado en ese formulario y de donde vienen los visitantes. Si ves que tu número de suscriptores va en aumento sabrás que la estrategia está funcionando. Si no, entonces es momento de seguir promocionando tu página para atraer más fans y suscriptores.

Facebook Insights

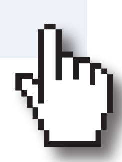


Si todo lo anterior te pareció complicado entonces te encantará saber que Facebook ofrece estadísticas de las páginas de fans. Gracias a este servicio podrás llevar cuenta de toda actividad que ocurre en tu página, sin salir de Facebook.



Para saber más debes ir a:

http://www.facebook.com/insights/



Recuerda que debes tener tu cuenta abierta en el momento de ingresar a Facebook Insights para que puedas acceder al servicio y ver las estadísticas. Entre los datos que podrás ver tenemos:

- Visitantes de la página
- Número de suscriptores
- Datos demográficos (edad, sexo, lugar)
- Las pestañas que más visitan en tu página
- Sitios web que enlazan hacia tu página
- Datos de actividad de los usuarios (comentarios en muro, número de "Me Gusta", publicaciones compartidas y comentarios en tus publicaciones)

Como puedes ver esta es una herramienta poderosa que te permite ver quienes son tus fans y que hacen en tu página. Ahora solo debes ajustar tu estrategia basándote en estos datos de comportamiento del usuario.



Por ejemplo, si tus fans son más activos cuando les publicas un video que cuando publicas un enlace a un artículo, entonces considera publicar más videos.

La actividad de tus fans en este caso debe ser medida por el número de "Me Gusta" y el número de comentarios positivos que genere la publicación.

¿Puedes ver lo poderosa que son estas herramientas? Espero que si. Además, espero que en este momento estés considerando empezar cuanto antes a fortalecer tu presencia en Facebook usando el conocimiento adquirido en este reporte.



Conclusión

Todo lo que has aprendido hoy suena muy bueno para ser cierto y en realidad lo es. Este tipo de éxito es posible; muchos han visto los beneficios de usar Facebook para promover un negocio o empresa. Hay muchos datos y estudios de caso que sustentan esta práctica.

Sin embargo hay muchas personas que no lo ponen en práctica por que no saben que hacer ni por donde empezar. Por eso es que siempre recomendamos que busques la ayuda de un experto que te guíe. Si lo intentas hacer todo por ti mismo podría ser muy difícil ya que te tomaría mucho de tu preciado tiempo.

Tus resultados podrían demorarse mucho en llegar, lo cual te generaría un sentido de frustración o ansiedad, el cual, por lo general, es el resultado de no saber bien lo que se está haciendo.

Lo mejor es dejar la estrategia publicitaria en Facebook en manos de verdaderos expertos en el tema, con experiencia comprobada y con casos de éxito entre sus clientes que puedan ser replicados una y otra vez.

En **Perú Creativo** estamos a tu servicio ofreciéndote lo mejor de nuestra experiencia y conocimiento, con el único fin de que tu empresa crezca mientras

provee valor agregado al mercado.

Visita nuestro sitio web en www.perucreativo.com y podrás acceder a nuestros servicios como:

- Diseño de páginas web persuasivas
- Estrategias de marketing digital
- Campañas de Publicidad en Google
- Y, el que más nos interesa por el momento, campañas publicitarias en Facebook

Nuestra empresa cuenta con más de 4 años de experiencia, ayudando a muchos empresarios no solo en la parte técnica, como el desarrollo web, sino también en el marketing y promoción de sus negocios utilizando Internet, al tiempo que aumentamos su presencia en la red, de tal forma que se conviertan en la autoridad en sus nichos de mercado.

Combinando lo mejor del diseño y el desarrollo para la web, con las últimas estrategias de marketing digital, te ofrecemos todo lo que necesitas para llevar tu negocio al siguiente nivel.

No dudes en contactarnos ahora mismo (antes que tu competencia lo haga), solicita una **ASESORÍA GRATUITA** sin ningún compromiso.

Email: ventas@perucreativo.com
Usuario Skype: perucreativo
Página Web: http://www.perucreativo.com
Facebook: http://www.facebook.com/perucreativo